

Formation au petit commerce



Questions et Réponses



enda tm
jeunesse action

JEUDA 115

*A l'origine ce document a été produit par
l'équipe d'IFEJANT
(Instituto de Formacion para Educadores de
Jovenes-Adolescentes y Ninos Trabajadores
de America Latina y el Caribe) de
Lima - Pérou.*

*Son tirage et sa diffusion
sont soutenus par
Stichting Kinderpostzegels
Nederland
(SKN Hollande)*

*Les opinions exprimées dans ce document n'engagent
que leurs auteurs et ne reflètent pas nécessairement cel-
les des organisations concernées par cette publication.
Reproduction libre pour des usages pédagogiques ou
scientifiques avec indication claire de la source et de
l'adresse, ainsi que l'envoi de copies à Enda.*

Traduction de l'espagnol au français : *Romaine Dieng*

Relecture : *Sié Offi Somé*

Illustrations et Crédit photos (*couverture : Bandes dessinées de Eric Tchanta, EJT du Togo et intérieur*) IFEJANT, Enda tm jeunesse action

Réalisation

Elhadj M. S. Sarr, Fabrizio Terenzio

© enda tm jeunesse action. avril 2006

ISSN 0850 - 1629

Sommaire

Présentation	p.5
Introduction	p.6
I- Petit commerce	p.7
1- <i>Eléments pour du succès dans le petit commerce</i>	<i>p.7</i>
II- Marketing	p.9
1- <i>C'est quoi le marketing ?.....</i>	<i>p.9</i>
2- <i>Pourquoi étudier le marché ?.....</i>	<i>p.9</i>
3- <i>Que dois-je connaître sur mon marché ?.....</i>	<i>p.10</i>
4- <i>Comment faire une étude de marché ?.....</i>	<i>p.10</i>
5- <i>Que faire si l'étude de marché montre que le produit ou le service ne convient pas ou n'intéresse pas le public ?..</i>	<i>p.10</i>
6- <i>Quels sont les 4 P du marketing ?.....</i>	<i>p.11</i>
a)- <i>Produit.....</i>	<i>p.11</i>
b)- <i>Prix.....</i>	<i>p.12</i>
- <i>Comment fixer son prix ?.....</i>	<i>p.12</i>
- <i>Comment augmenter ses bénéfices ?.....</i>	<i>p.12</i>
c)- <i>Place.....</i>	<i>p.12</i>
- <i>Comment faire parvenir ses produits ou services aux clients ?.....</i>	<i>p.12</i>
d)- <i>Promotion.....</i>	<i>p.13</i>
- <i>Que doit- on faire pour vendre davantage ?.....</i>	<i>p.13</i>
III- Planification	p.15
1- <i>C'est quoi planifier ?</i>	<i>p.15</i>
2- <i>Pourquoi planifier ?.....</i>	<i>p.15</i>
IV- Organisation	p.16
1- <i>Pourquoi est-il important d'organiser le commerce ?..</i>	<i>p.16</i>
2- <i>Que faire ?</i>	<i>p.16</i>

V- Financement	p.16
<i>1- Qu'appelons-nous coûts prés-opérationnels ?.....</i>	<i>p.16</i>
<i>2- Qu'appelons- nous coûts opérationnels ?.....</i>	<i>p.17</i>
VI- Administration	p.17
<i>1- Comment négocier ton commerce ?.....</i>	<i>p.17</i>
<i>2- Plan de ventes et coûts.....</i>	<i>p.18</i>
<i>3- Registre des recettes et dépenses.....</i>	<i>p.19</i>
<i>- Comment tient- on le registre ?.....</i>	<i>p.20</i>
<i>4- Plan de flux de caisse.....</i>	<i>p.21</i>
<i>5- C'est quoi "l'argent de mon commerce" ?.....</i>	<i>p.23</i>
VII- Plan de travail	p.24
<i>1- Pourquoi est-il important de s'organiser pour promouvoir un petit commerce ?</i>	<i>p.25</i>
VIII- Annexes.....	p.26
<i>1- Liste des outils de suivi et de gestion de l'AGR des Associations d'Enfants et Jeunes Travailleurs du Burkina Faso</i>	<i>p.26</i>
<i>2- Fiches de crédit AGR de l'Association des Enfants et Jeunes Travailleurs de Dakar (AEJTD) - Carrefour des Jeunes / Guinaw rail Pikine / Dakar -</i>	<i>p.29</i>
<i>3- Livret d'épargne et de remboursement des EJT du Bénin</i>	<i>p.31</i>
<i>4- "Programme de microfinance des NATs"</i>	<i>p.33</i>
<i>5- Grille d'Evaluation du Poster : "Comment réussir une Activité Génératrice de Revenus ?"</i>	<i>p.34</i>

Présentation

Amis Enfants et Jeunes Travailleurs et animateurs / Collaborateurs :

Après quelques mois de formation et de qualification dans le travail productif, nous mettons en place ce Guide qui est un outil qui vous aidera à renforcer vos apprentissages, à comprendre et appliquer la théorie dans vos plans de commerce élaborés avec beaucoup d'abnégation et de courage.

A IFEJANT, nous parions que ces expériences de "petit commerce" des Enfants et Adolescents Travailleurs, contribueront à développer leurs aptitudes et capacités à entreprendre des activités productives réussies et à améliorer leurs conditions de vie, de travail et d'organisation. Nous souhaitons que ces "petites" expériences se transforment en "grandes" expériences productives, modèles pour les autres Enfants et Adolescents Travailleurs.

Merci à la collaboration de :
FCIL- Canada

Equipe d'IFEJANT.

**Illustration de
la première
page de la
brochure de
IFEJANT**



Introduction

Frédéric explique pourquoi l'expérience des EJT du Pérou est utile aux EJT d'Afrique

Depuis des années sous l'appui de nos animateurs, nous les enfants et jeunes travailleurs avons initié des activités génératrices de revenus car nous avons compris que le défi que posait la pauvreté devait être résolu avec des armes sûres. Grâce à notre expérience de terrain nous menions de petites AGR qui nous permettaient de subvenir à nos besoins et d'aider nos familles. Nos efforts ont permis de payer la scolarité de nos frères, d'assurer les repas de la famille, de nous soigner, d'avoir une vie décente ce qui nous a permis d'avoir le respect des autres.

Aujourd'hui, beaucoup d'adultes des organisations qui soutiennent les enfants et les jeunes veulent appuyer nos initiatives par ce qu'ils accordent une grande importance à ce que nous faisons et que la lutte contre la pauvreté passe nécessairement par le renforcement de notre autonomie financière afin de réduire notre dépendance. Aussi nous avons bénéficié de l'appui technique de nos aînés du groupe qui nous ont donné des notions sur comment développer nos AGR. Le " droit à une formation pour apprendre un métier " nous donne des connaissances pratiques. Aussi, nous aimerions avoir accès au système de micro crédit afin de permettre à beaucoup d'EJT de faire des AGR.

Le document de nos amis du Pérou est très bien parce qu'il nous donne des informations sur comment améliorer nos stratégies en matière de marketing et il donne des précisions sur les étapes et des astuces simples qui permettent de bien gérer une AGR. Nous avons enrichi le document à travers notre expérience et notre réalité propre à nous. Cette combinaison fait du document un outil important pour tous ceux qui exercent déjà une activité génératrice de revenus ou qui désirent commencer une AGR. Ceux qui ne savent pas lire, peuvent interpréter les illustrations et demander des explications à leurs amis et grand frères.

Les pages que vous vous apprêtez à feuilleter traduisent la volonté du MAEJT d'apporter des idées novatrices qui permettront aux EJT d'améliorer leur quotidien. et l'engagement de l'équipe ENDA jeunesse action de rendre ces informations accessibles aux enfants et jeunes travailleurs.

Le marché est devenu un secteur de concurrence où seuls les plus courageux, les plus intelligents et ceux qui proposent des produits de qualité peuvent s'en sortir. Alors amis EJT, donnons nous cette chance de faire plus, de faire mieux encore et toujours à travers ce document.

Frédéric Zongo, EJT de Ouagadougou (Burkina Faso)

I- Petit Commerce

Commencer ton commerce c'est déjà un pas. Tu as la responsabilité de le conduire au succès.

Le succès de ton commerce est directement lié à tes dispositions et aptitudes d'Enfant Travailleur entreprenant. Cette expérience t'aidera à améliorer tes capacités humaines.

1- Eléments pour du succès dans le petit commerce

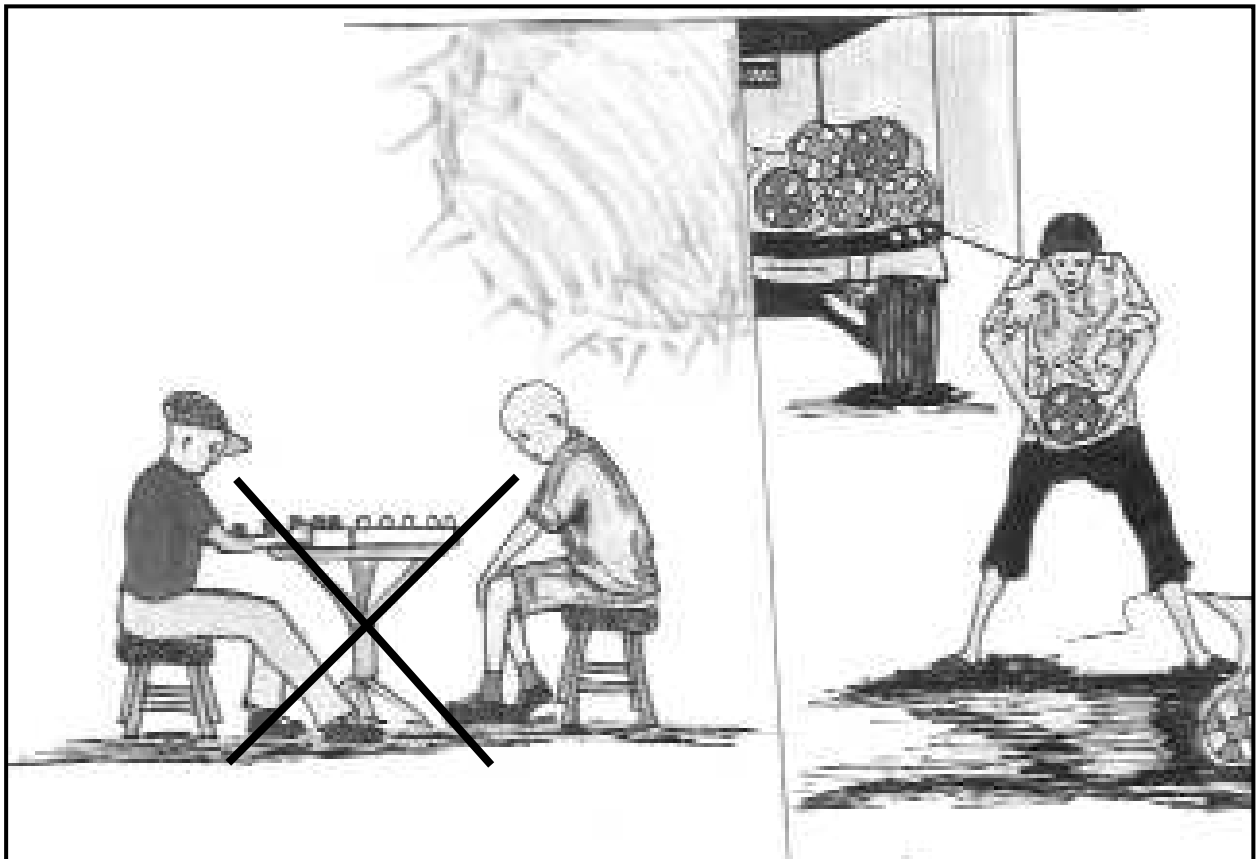
Les éléments clés pour le succès sont pareils à un puzzle comprenant différentes pièces : ils doivent tous se joindre avec harmonie lors du montage.

Ces éléments sont :

↔ *Conviction et engagement*

Pour avoir du succès dans le commerce, tu dois t'engager et être convaincu(e) de la justesse de ton activité.

Engagement signifie être responsable et donner une priorité à ton commerce, aux études et à l'organisation des EJT.



Avoir la volonté de travailler

⇔ *Motivation et créativité*

Le commerce demande beaucoup de temps, de motivation et de créativité. La motivation aide à surmonter facilement des situations difficiles. Il faut aimer ce qu'on fait. Il te faut être aussi créatif 'avoir des idées nouvelles dans la présentation de tes marchandises, dans la décoration et autres', pour conquérir le marché et vaincre la concurrence, les autres commerçants qui font la même chose que toi.

⇔ *Assumer les risques*

Rien n'est sûr dans le commerce. Il y a toujours un risque de perte. Tu dois savoir accepter de perdre. Mais avant, tu dois bien calculer ce que tu peux gagner si ça marche, et ce que tu peux perdre si ça ne marche pas. L'assumer, mais seulement après avoir calculé le pour et le contre.

⇔ *Prendre des décisions*

Dans ton commerce, tu auras à prendre beaucoup de décisions. Chaque décision est importante et il faut penser à toutes les conséquences de tes décisions sur ton affaire. Par exemple, tu ne dois pas vendre à crédit ou offrir gratuitement tes produits.

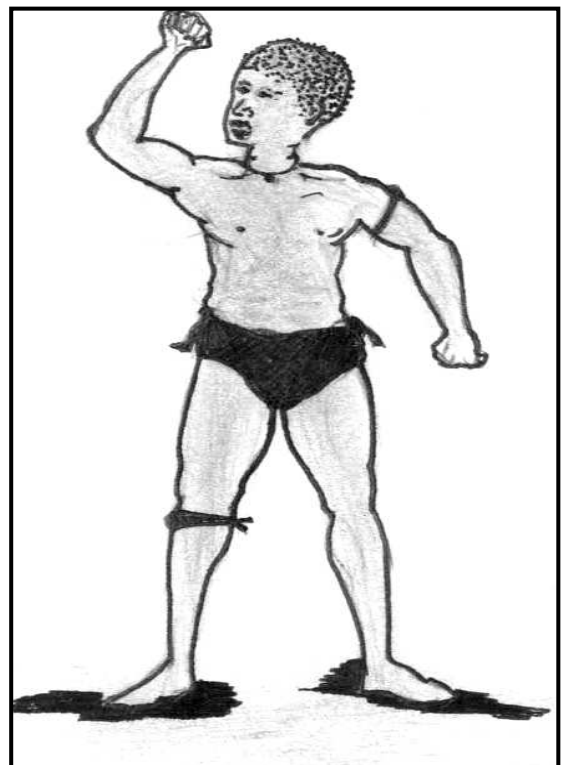
⇔ *Avoir le soutien de ta famille ou de tes amis*

Il est important d'avoir le soutien de ta famille ou d'un(e) de tes ami(es) EJT. Ils (elles) devront approuver tes idées et être prêt(e)s à appuyer ton plan de commerce.

En dehors de tout cela, il y a aussi les connaissances et aptitudes de la personne qui entreprend un commerce. Les connaissances dont tu as besoin, dépendent du type de commerce que tu veux commencer.

- aptitudes, dispositions personnelles, techniques ou pratiques
- connaissances en gestion du commerce
- connaissance de la catégorie de ton commerce.
- disposer de ressources
- être disponible

Etre en bonne santé



S'il y a des facteurs ou caractéristiques que tu ne possèdes pas encore, ne t'en préoccupe pas. Ce n'est pas très grave. Le plus important pour toi, est de comprendre qu'il s'agit de capacités que tu peux avoir en faisant ton commerce.

Pour résumer :

Chaque personne qui veut faire une activité de commerce (on l'appelle "l'entrepreneur") doit choisir lui-même ce qu'il veut faire. Il doit construire son propre chemin, sa propre route et se fixer lui-même ses propres alternatives et défis, c'est-à-dire ce qu'il peut changer en cours de route, ce qu'il peut décider de faire de nouveau. Une constante chez les entrepreneurs est de faire de l'activité commerciale une option de vie. Ils doivent toujours très clairement viser le succès de leur entreprise, de leur activité. Ce succès doit d'abord dépendre essentiellement d'eux-mêmes et non d'autres personnes ou de certaines circonstances.

II- Marketing

1- C'est quoi le marketing ?

Avec le marketing on cherche à faciliter la vente. Il faut connaître et comprendre les besoins des consommateurs pour les satisfaire avec un produit qui se vend sans beaucoup d'efforts, avec peu d'efforts.

En d'autres termes, en marketing ou en vente, il faut penser de la même manière que les clients : "Si j'étais le client, comment je vais faire devant tel ou tel produit qu'on me propose d'acheter ?"

POUR CELA, IL FAUT :

- L'ETUDE DU MARCHE ET
- LES QUATRE "P" DU MARCHE

2- Pourquoi étudier le marché ?

On étudie le marché pour :

- Connaître la demande

Si tu commences à présenter des produits sans avoir étudié le marché, au préalable, c'est-à-dire avant, il y a le risque que personne n'achète tes produits. Dès lors, "il n'y a pas de demande", il n'y a pas de clients qui veulent ou qui peuvent acheter ton produit ou service.

- Offrir le produit adéquat

Tu dois trouver le produit adéquat pour les consommateurs potentiels. Identifies les besoins de tes clients et étudies ceux qui offrent ce produit ou service.

- Pour éviter que "tu suives la masse"

Souvent, tous dans le marché, nous vendons le même produit. Toutefois, dans le commerce, c'est la différence qui importe. Et, on doit trouver son propre label, sa propre marque, sa propre façon de faire, dans le marché.

3- Que dois- je connaître sur mon marché ?

Tu dois répondre aux questions suivantes :

- qui sont mes clients ?
- que veulent- ils ? Pourquoi le veulent-ils ?
- quels prix sont-ils prêts à payer.
- à quel endroit se trouvent-ils et où achètent-ils habituellement ?
- quand achètent-ils ?
- à quelle fréquence et combien achètent- ils ?
- qui sont mes concurrents ?
- où dois-je me mettre pour que mes clients me voient ?
- tu peux penser à d'autres questions et trouver leurs réponses,...

4- Comment faire une étude de marché ?

Tu peux trouver des réponses aux questions à travers :

- les clients : en écoutant leurs commentaires et en les observant
- en posant des questions aux différents utilisateurs du produit
- en observant comment d'autres font pour que leurs affaires marchent bien
- en consultant des revues, des journaux, des livres spécialisés
- en sollicitant les conseils des personnes ou institutions spécialisées, qui connaissent le secteur où tu veux travailler.
- en discutant avec les grossistes (ceux qui vendent les marchandises en gros)

5- Que faire si l'étude de marché montre que le produit ou le service ne convient pas ou n'intéresse pas le public ?

Il devient indispensable de chercher une alternative, un nouveau produit ou service. Toutefois, dans beaucoup de cas, il n'est pas nécessaire d'arriver à ce point. Les résultats indiquent généralement que le produit ou le service sera acceptable si on réalise des modifications.

Il n'est pas toujours facile d'accepter les résultats de l'étude du marché. On préfère souvent les ignorer, mieux encore quand on a une clientèle régulière

et stable. Il est important de penser autrement et, en tenant compte des résultats du marché, de modifier le produit pour qu'il réponde aux nécessités réelles et/ou aux désirs des consommateurs/trices.

6- Quels sont les 4 P du marketing ?

Les quatre P vont ensemble et si un seul d'entre eux est négligé, le commerce peut échouer. C'est comme une chaise à quatre pieds : si un se casse, les autres ne pourront pas tenir.

Rappelons brièvement les 4 P :

- a. P : Produit
- b. P : Prix
- c. P : Place
- d. P : Promotion

a)- Produit

Le produit est un bien concret ou un service qui, grâce à ses caractéristiques et son utilité, satisfait des besoins. Le produit inclut l'emballage, la qualité, le prix, la marque ainsi que le service après vente.

"Pour avoir du succès, tu dois offrir les produits ou les services que tes clients veulent. Par conséquent, il est important de chercher à connaître les besoins de tes clients. Produire quelque chose qui est souhaité".



**Bien
connaître
l'activité**

b)- Prix

En marketing, le prix signifie :

- fixer un prix que les clients peuvent payer
- être assuré que le prix est attrayant et qu'il fournit, en même temps, un profit suffisant

Avant de fixer un prix, il faut :

- connaître les coûts du produit (tout ce que tu as dépensé pour avoir le produit et le mettre en vente)
- savoir combien de clients sont disposés à payer le prix que tu vas fixer
- connaître les prix des concurrents
- savoir comment rendre ton prix plus attractif pour les clients, par exemple en usant d'offres spéciales ou en faisant des remises, des baisses.

↙ Comment fixer son prix ?

COÛTS TOTAUX + MARGE DES BÉNÉFICES = PRIX DE VENTE

Souvent, l'entrepreneur pense que son unique avantage compétitif est d'avoir un prix bas. Mais attention ! Quand les prix sont trop bas, le commerce peut échouer par manque de bénéfices. Par conséquent, pour fixer le PRIX d'un produit ou d'un service, il est important de calculer, avant tout, les coûts et les bénéfices.

↙ Comment augmenter ses bénéfices ?

- augmenter le prix
- baisser les coûts
- augmenter les ventes

c)- Place

C'est le troisième pilier du marketing : "Place" signifie emplacement.

↙ Comment faire parvenir ses produits ou services aux clients ?

Tu dois considérer :

- l'accès facile et visible pour les clients
- la sécurité du lieu de commerce
- les coûts du transport
- l'aisance de Mouvement des clients
- les possibilités et le prix du stockage

- les produits sont attractifs, sûrs et hygiéniques,
- le coût du transport : direct ou à travers des intermédiaires (chaque intermédiaire veut son bénéfice).



Avoir un bon endroit où travailler

d)- Promotion

Les EJT entrepreneurs/euses ne doivent pas s'asseoir et attendre que les clients arrivent. Il faut en faire la promotion.

Tout nouveau commerce doit se faire connaître le plus tôt possible. Il y a différentes manières de faire la promotion.

↳ *Que dois- on faire pour vendre davantage ?*

Les méthodes employées sont :

- **Publicité** : donne une information à caractère commercial, fait connaître à l'intéressé(e) les qualités du produit ou du service. Par exemple, c'est produit ou fourni par des enfants EJT dans des conditions DIGNES, que l'on utilise des intrants de la localité, que les bénéfices seront investis dans les études, la santé et l'alimentation, etc. Ceci peut se faire à travers les moyens de communication comme : la radio, les affiches, les brochures, les prospectus (feuilles volantes, papiers publicitaires), la promotion "le bouche à oreille", etc.

- **Promotion des ventes** : façon de motiver la vente avec les offres spéciales, les démonstrations, le tirage au sort, les échanges, etc. Réduction momentanée des prix, remise gratuite d'échantillons ou campagne de publicité.

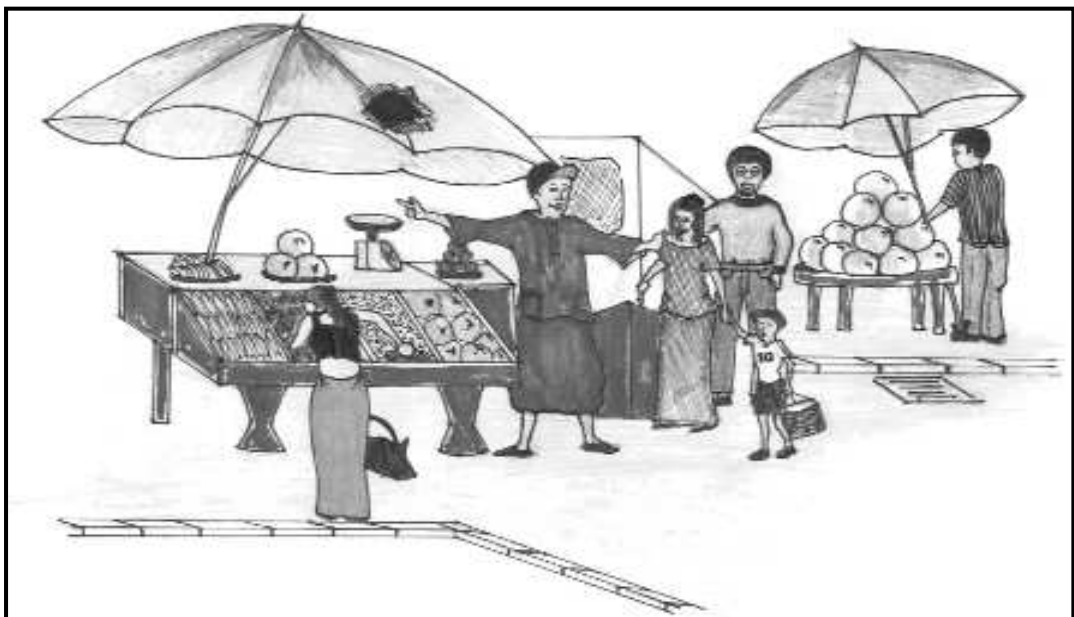
Quelques idées pour s'occuper des clients et /ou pour faire d'eux des "maîtres de maisons". Cette liste n'est pas exhaustive. On peut y ajouter beaucoup d'autres idées, tout dépend de ta créativité !

Avant de commencer, rappelle toi toujours que :

"Le client est la personne la plus importante dans un commerce. Parce que sans clients, il n'y a pas de vente et sans la vente il n'y a pas de commerce,..."

- Sois aimable avec ton client
- Prends soin de ton apparence : être propre, porter un vêtement adéquat, par exemple un tee shirt propre et garder toujours les mains propres.
- Sois honnête (rend correctement l'argent de la monnaie)
- Accueilles par le sourire et la joie : ça ne te coûte rien, les clients adorent ça
- Sois serviable, attentif et patient
- Ne dit jamais "non" à ton client, proposes lui ce que tu as. Par exemple : "Tu as du Coca Cola ?" "Non, j'ai Inca Cola, Monsieur".
- Améliores tes aptitudes de vendeur
- Attention particulière : si c'est un client que tu vois régulièrement, demandes lui son nom, c'est de la considération qu'il sentira
- Dépasse les attentes du client : pour gagner la sympathie du client, tu peux donner "un petit cadeau" de temps en temps
- Connais l'opinion du client : lui poser des questions sur ses préférences et mieux le servir la prochaine fois
- Différencies ton produit ou ton service de celui de la concurrence, les clients préféreront acheter ton produit ou service
- Rassures le client : rends-lui un service rapide et excellent

**Savoir
com-
ment
faire
avec les
clients**



- Connais bien ton produit, ses caractéristiques, son avantage et le bénéfice qu'il apporte
- Fais la publicité avec un message clair et simple
- Présentes ton produit de manière attractive et pratique
- Offres des produits de qualité (propres et frais)
- Vends ton produit ou service à un prix correct (ni trop bas, ni trop élevé)
- Fais de la promotion et des remises
- Fais des annonces qui correspondent aux vœux des clients
- Fais bien la promotion de la vente ; obtiens des clients qu'ils achètent plus.

III- Planification

1- C'est quoi planifier ?

Planifier signifie penser et décider ce qu'on doit faire sur une situation avant qu'elle n'arrive. Pour toi, planifier signifie penser et décider ce que tu dois faire dans l'avenir pour améliorer ton commerce.

2- Pourquoi planifier ?

Si un commerce marche bien, la planification peut t'aider à progresser davantage, dans l'avenir. Et si ton commerce ne marche pas bien et qu'il rencontre quelques problèmes, la planification peut t'aider à les résoudre.

Rappel :

Planifier, signifie se fixer des buts, objectifs et moyens en fonction de ce qu'on veut obtenir à court, moyen et long terme.

La planification peut se faire à travers un plan de vente et de coût du produit; ce qui permet à ton commerce de générer des bénéfices.

Dans ce Plan, fais une prévision de vente et de coût du produit.

Nous approfondirons ce thème dans la partie "Administration".

IV- Organisation

1- Pourquoi est-il important d'organiser le commerce ?

Ton nouveau commerce doit être organisé si tu veux le développer de façon rentable, efficace et réussie.

Cela signifie de faire et d'avoir les personnes appropriées pour mener à bien le travail.

Un travail efficace s'organise afin que toutes les personnes impliquées connaissent leurs fonctions et leurs responsabilités. Il faut établir un ordre.

2- Que faire ?

- Revois à nouveau ton idée de commerce et dresse une liste de toutes les tâches qui seront bien menées dans ton affaire.

- Décris les compétences et les autres conditions requises pour la personne qui doit exécuter ces tâches.

- Décides de la personne la plus appropriée, la plus qualifiée pour effectuer ces tâches

V- Financement

1- Qu'appelons-nous coûts pré-opérationnels ?

Avant de commencer un commerce, il te faut de l'argent pour faire différents règlements. Cet argent est appelé le capital initial. Il sert à couvrir certains frais avant que tu ne commences à avoir des recettes. Par exemple : achat d'outils nécessaires, payer la garantie pour la location de la place, etc. Tous les coûts qui permettent de commencer ton commerce, s'appellent coûts pré-opérationnels.



Charrette



Boîte à cirage



Boîte à outils

2- Qu'appelons- nous coûts opérationnels ?

Les coûts opérationnels sont toutes les dépenses que tu effectues une fois que le commerce est débuté. Dans tout commerce, il faut acheter des matières premières, des articles et/ou du matériel pour :

- fabriquer des produits et ensuite, les vendre
- offrir des services
- revendre

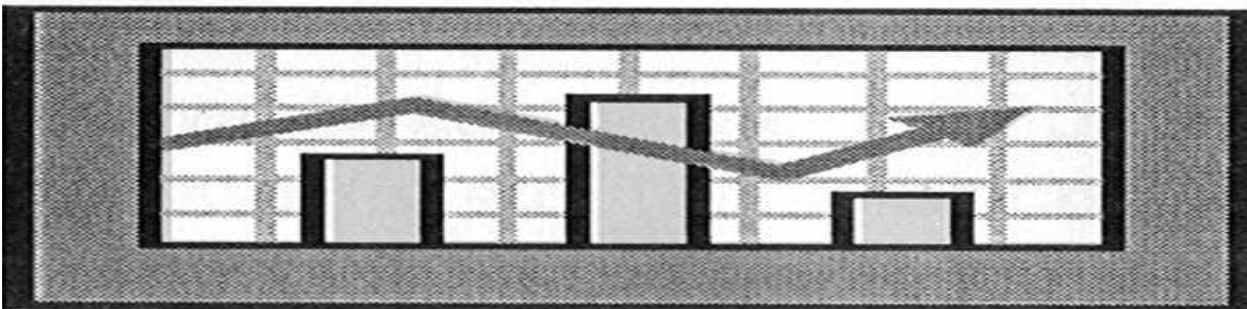
Achètes ce qui est bien pour améliorer ton commerce :

- la bonne qualité (dépend de ce que tes clients préfèrent)
- au juste prix (dépend de ce que ton commerce te coûte et de combien tes clients sont disposés à payer)
- au moment adéquat et à la quantité adéquate (dépend de quand tes clients et ton commerce en ont besoin)

VI- Administration

1- Comment négocier ton commerce ?

Le plan recettes et dépenses t'aident à voir comment se porte ton commerce, combien d'argent est entré et sorti pour savoir si tu es entrain de gagner ou de perdre.



Tout commerce a besoin de faire des bénéfices pour continuer à fonctionner. Les bénéfices ne sont pas tout l'argent produit de la vente. Avant tout, nous devons ôter les frais d'opération ou le coût de la production de la marchandise et de sa vente.

$$\text{BENEFICES} = \text{VENTES} - \text{FRAIS D'OPERATION}$$

Cela prendra du temps avant que les ventes génèrent des bénéfices. Durant cette période, ton commerce sera vulnérable et tu dois contrôler soigneusement ta situation financière.

Pour t'aider à estimer et à contrôler la situation financière de ton commerce, tu dois préparer 3 plans :

- un Plan de ventes et coûts
- un Registre des recettes et dépenses
- un Plan de Flux de Caisse, c'est-à-dire l'argent qui entre et qui sort chaque jour de ta caisse

L'information doit être la plus exacte possible. Tu dois être sûr que ce que tu dis, est nécessaire à ton commerce. Tu dois avoir les preuves de ton information. Il ne s'agit pas de deviner, de dire "peut-être".

2- Plan de ventes et coûts

Ton plan de ventes et coûts doit montrer la possibilité de ton commerce d'obtenir des bénéfices.

Pour t'assurer que ton commerce va survivre si les choses ne marchent pas aussi bien que tu l'espères, tu devras estimer :

- tes ventes un peu plus basses de ce que tu espérais au début
- tes coûts un peu plus élevés de ce que tu crois qu'ils doivent être

	Mars	Avril	Mai	Juin	Juillet	...
Ventes						
Coûts						
Solde						

a)- Dans la première colonne tu notes l'estimation des ventes prévues au mois de Mars et plus tard

Pour obtenir l'estimation de la vente, tu multiplies la quantité des produits vendus par le prix unitaire

b)- Dans la deuxième colonne, tu notes le total des coûts estimés au mois de janvier, février, mars, et ainsi de suite et plus tard.

Attention, le total des coûts est la somme de tous les coûts tels que le matériel, la main d'œuvre, la location ainsi que tous les autres coûts !

c)- Le solde est le résultat des ventes estimées moins les coûts prévus. Si le solde, le résultat est positif, il y a des bénéfices, s'il est négatif, il y a une perte.

3- Registre des recettes et dépenses

Tenir un registre des recettes et dépenses, c'est noter combien :

- d'argent entre dans ton commerce
- d'argent sort de ton commerce

Principalement, un commerce gagne de l'argent grâce à la vente de produits ou de services. Ce commerce dépense de l'argent pour payer des facteurs de production, la main-d'œuvre, la location, l'eau et l'électricité, etc.

Pour avoir un bon système de registre des recettes et dépenses, tu dois noter tout l'argent qui entre et sort de ton commerce de façon organisée, dans l'ordre où ces entrées et sorties se produisent.

Dans le registre des recettes, notes tout l'argent qui entre dans ton commerce et d'où il provient (en général des ventes).

Ce registre peut être un cahier, carnet, etc. On peut demander l'appui d'un ami pour sa confection.

De manière simple et pratique, tu vas connaître et apprendre à manier ce registre.

L'enregistrement des données dans le registre se fait au fur et à mesure, chaque jour.

Toi-même, tu peux l'établir, le faire dans un cahier quadrillé comme il est indiqué dans le graphique suivant :

1 Date	2 Numéro du document	3 Description	4 Montants
	Total du mois		

← *Comment tient-on le registre ?*

a)- Dans la première colonne, on note la date de la recette (jour/ mois /année)

b)- Dans la deuxième colonne, on note le numéro du document qui se trouve généralement dans la partie supérieure droite du dit document. Si tu as une recette non accompagnée d'un reçu ou d'une facture, mets seulement un tiret dans l'espace indiqué.

c)- Dans la troisième colonne, on décrit la manière dont on obtient la recette de son commerce. Il faut noter toujours que la recette est versée par vente, prêt ou don.

A la fin du mois, on fait la somme de tous les montants pour obtenir la totalité de la recette mensuelle.

d)- Dans la quatrième colonne, on note le montant des recettes

e)- A la fin du mois, fais la somme de toutes les recettes pour obtenir l'ensemble de la recette mensuelle.

Dans le *Registre des dépenses*, notes tout l'argent qui sort de ton commerce et pourquoi il est utilisé (principalement dans les coûts).

Egalement, *dans le registre des recettes*, tu peux te servir d'un cahier quadrillé, le diviser en lignes et colonnes, le délimiter en bandes et noter chaque dénomination dans une colonne.

1 Date	2 Numéro du document	3 Description	4 Montants
	Total du mois		

a)- C'est la même méthode qu'antérieurement. Dans la première colonne on note la date de la dépense effective réalisée dans le commerce.

b)- Dans la deuxième colonne, on note le numéro du reçu ou de la facture. Pour obtenir de "bons comptes", il est souhaitable que tu demandes, pour tout ce que tu achètes un reçu ou une facture.

c)- Dans la troisième colonne, décrire la nature de la dépense de son commerce qui peut être un achat de matières premières, un paiement de la facture d'électricité, l'entretien de la voiture, etc.

d)- Dans la quatrième colonne, on note le montant de la dépense.

e)- A la fin du mois, additionnes tous les montants pour obtenir la totalité de la dépense mensuelle.

4- Plan de flux de caisse

Le plan de flux de caisse t'aide à t'assurer que ton commerce est toujours liquide. Utilise ce plan pour calculer tes recettes, connaître le moment où ton commerce devient rentable et comment il évolue.

Grâce au flux de caisse, tu peux savoir si ton commerce fait des bénéfices ou perd de l'argent.

Pour élaborer un plan de flux de caisse, il faut prévoir combien :

- d'argent liquide entre mensuellement dans ton commerce
- d'argent liquide sort mensuellement de ton commerce

Ces montants sont disponibles dans tes registres de recettes et dépenses !

	Début	Mois 1	Mois 2
Total des recettes				
Total des dépenses				
Solde à la fin du mois				
Cumul				

Exemple :

Jean et ses deux compagnons vendent des glaces de fruits. Leurs familles leur ont prêté 30 000F pour débiter leur commerce.

En mars, ils dépensent en tout 16 000F pour la production et la vente des glaces. Ils vendent pour un total de 30 000F durant ce même mois.

En avril, il fait moins chaud et ils vendent seulement pour 24 000F après avoir dépensé 12 000F dans la production et la vente. Au troisième mois de production (novembre), ils dépensent 12 000F et vendent pour un montant total de 21 000F.

Leur flux de caisse sera établi comme suit :

	Début	mars	avril	mai
Total des recettes	- 30 000	30 000	24 000	21 000
Total des dépenses		16 000	12 000	12 000
Solde à la fin du mois		14 000	12 000	9 000
Cumul	- 30 000	- 16 000	- 4 000	5 000

A la fin du mois, pour obtenir le solde, tu fais la soustraction suivante : recettes moins dépenses.

Le cumul est la somme avec laquelle tu démarres ton commerce (généralement négatif !) comparée avec celle du mois suivant et ainsi de suite.

D'après le tableau ci-dessus, ce petit commerce n'est rentable qu'à partir du mois de mai.

Important :

Généralement, les recettes et dépenses du petit commerce sont mises ensemble. Au bout des opérations, il devient difficile de les distinguer. Ceci arrive souvent parce que, probablement, on ne s'établit pas un salaire précis.

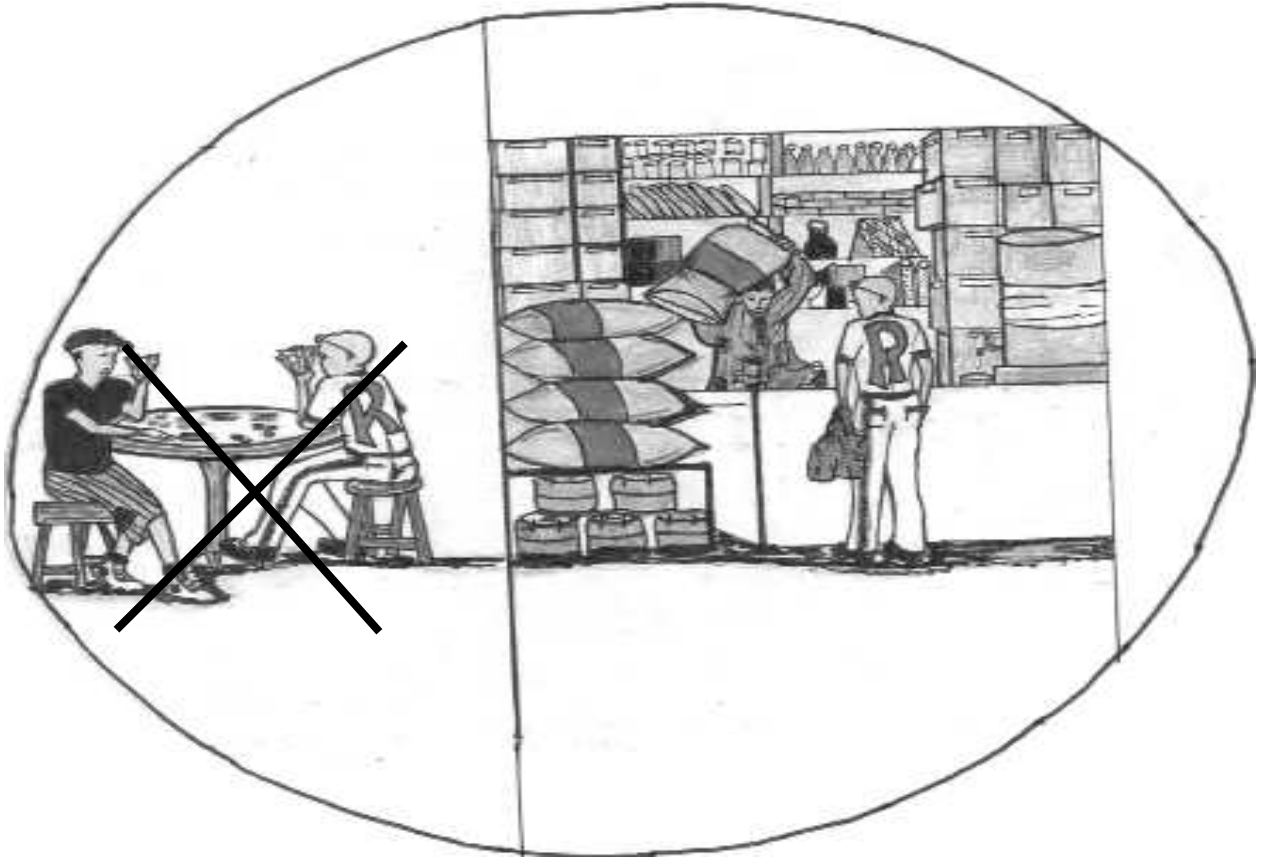
Dans ce cas, ensemble avec ton/ta collaborateur/trice, tu dois établir le pourcentage des bénéfices pour payer les salaires. Cependant, dès le début, il faut rappeler qu'ils ne sont pas élevés. Par conséquent, il faut de la persévérance et de l'effort de la part de tout le monde.

Il doit être considéré aussi qu'un pourcentage des bénéfices doit être réinvesti dans le petit commerce ou être épargné pour les moments difficiles. N'oublie pas :

"Epargner, c'est garder du pain pour mai".

5- C'est quoi "l'argent de mon commerce" ?

Personnellement, tu peux dépenser ton propre argent, ou le donner à ta famille. Mais, en tant qu'entrepreneur, tu ne dois pas dépenser, offrir les recettes ou les produits de ton commerce. Cet argent et les produits appartiennent au commerce !



Savoir comment faire avec l'argent

Toi, en tant qu'entrepreneur, propriétaire, tu dois te payer un salaire et avec cet argent, faire ce qui te convient.

Nous pouvons comparer la croissance d'un commerce à celui d'un bébé. Un bébé bien entretenu, grandira et un jour il prendra soin de ses vieux parents. De la même manière, tu dois veiller sur ton commerce pour qu'il puisse, ensuite, veiller sur toi. *Si tu ne prends pas soin de lui et dépenses tes recettes selon tes désirs personnels, le commerce va mourir en peu de temps.*

**Idées, Appui,
Motivation**



**Pessimisme,
Insécurité**

VII- Plan de travail

Tu as décidé que tu es prêt(e) pour initier ton propre commerce. Il est important que tu sois organisé(e) dans ton travail. La meilleure façon d'organiser ton travail c'est d'avoir un Plan de travail qui va montrer ce qu'il y a à faire, qui le fait et quand est-ce que ça va se réaliser.

Les activités courantes qu'on doit mener avant d'initier un commerce sont :

- trouver une place ou un emplacement approprié pour le commerce
- réunir des fonds pour le capital initial



**Avoir un peu
d'argent**

- installer l'électricité et le téléphone
- acheter ou louer de l'équipement ou des machines
- acheter des intrants ou des marchandises
- trouver les personnes adéquates
- faire la promotion et la publicité du commerce

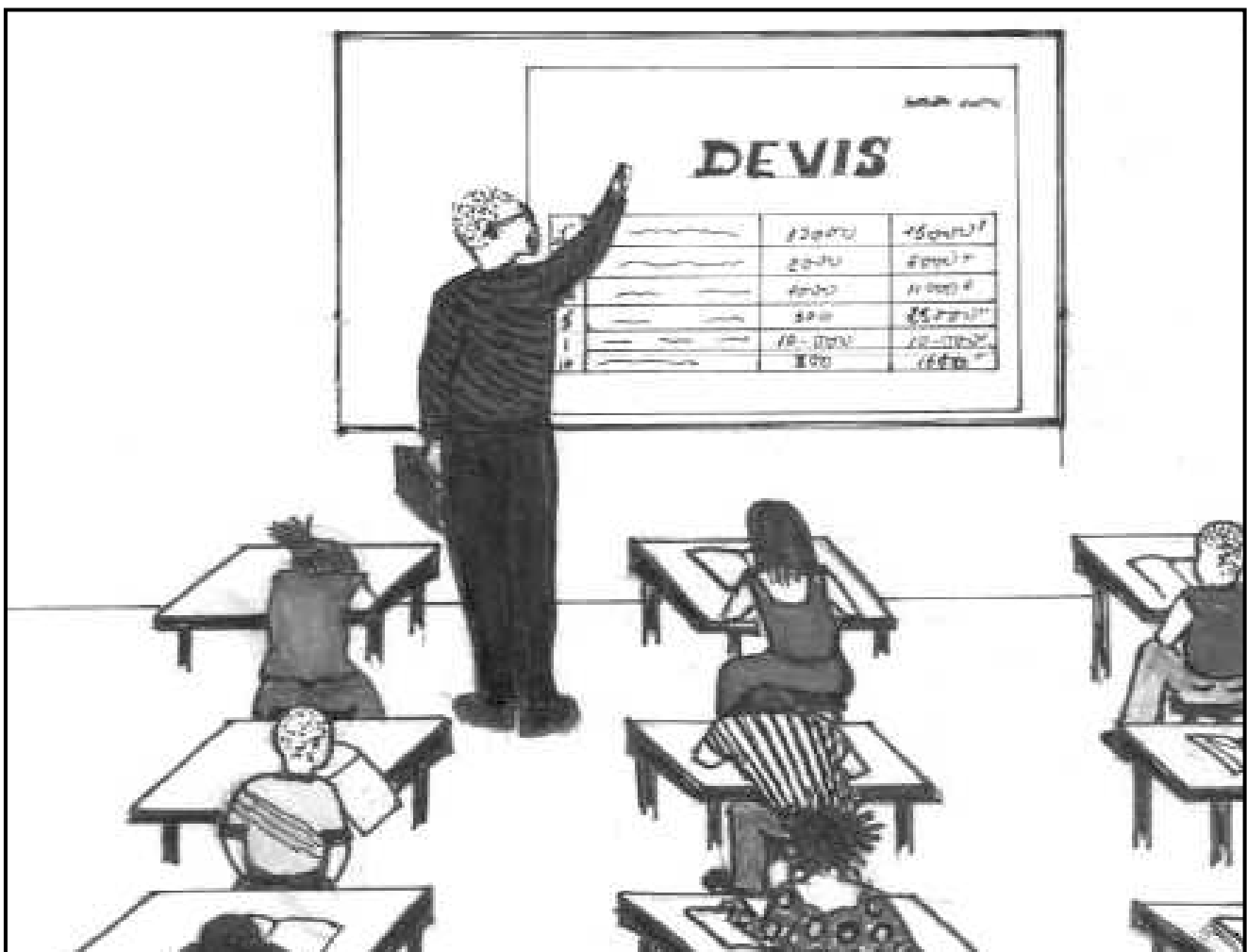
Comme tu peux le constater, tu vas t'occuper de différentes choses. Par conséquent, tu dois mettre à profit ton temps et l'appui de ton (ta) collaborateur (trice) et ne pas les perdre.

Initier un commerce sans une préparation nécessaire, augmente les risques de son échec.

1- Pourquoi est-il important de s'organiser pour promouvoir un petit commerce ?

- Pour avoir une source de revenus et une promotion individuelle et sociale.
- Pour te connaître et mieux connaître tes ami (e) s qui travaillent comme toi.
- Pour améliorer tes conditions de travail (en formant des petites banques, des coopératives etc.), de vie (en disposant de fonds pour la santé, l'éducation, etc.) et avoir des revenus économiques ainsi que pour tes camarades.
- Pour valoriser la force de travail mais aussi partager des expériences et des ressources.
- Pour se renforcer en tant qu'organisation et participer au niveau du quartier, de la commune et dans la localité.
- Pour impulser et promouvoir une économie populaire solidaire.

Nous te souhaitons beaucoup de chance et de persévérance dans ton commerce !!



Etre alphabétisé et partager ses expériences

Annexe 2- Fiches de crédit AGR de l'Association des Enfants et Jeunes Travailleurs de Dakar (AEJTD) - Carrefour des Jeunes / Guinaw rail Pikine / Dakar -

Depuis les années 2000, les EJT s'efforcent, dans le développement d'AGR, à produire et à vendre des articles de couture, crochet, macramé, etc. Pour ce faire, des groupes de base de Dakar ont reçu des appuis sous forme de fonds de roulement, afin que les EJT qui le désirent bénéficient de prêts en fournitures.

Au cours de l'année 2003-2004, le groupe de base de Grand Mbao a changé de système et choisi d'octroyer des prêts financiers à ses membres à la place du matériel. Des fiches de demande de prêts et de reconnaissance de dette ont été élaborées pour faciliter la gestion.

En début d'année 2006, l'AEJT de Dakar a mis en place une caisse de crédit pour faciliter l'accès des EJT au crédit afin de renforcer leurs AGR. Ces fiches déjà expérimentées par les EJT de Grand Mbao ont été révisées pour faciliter le fonctionnement de la caisse de crédit de l'AEJTD.

Fiche de demande de prêt

Dakar, le

N° de la demande :

Prénom(s) :

Nom :

Date et lieu de naissance :

Adresse :

.....

Objet de la demande :

.....

Montant demandé :

.....

Signature du demandeur

La personne garante

Pour le groupe

Le secteur

Le (la) président(e)

du groupe

Le (la) trésorier(e) du groupe

Reconnaissance de dette

Dakar, le

Prénom(s) :

Nom :

Date et lieu de naissance :

N° de la carte d'identité du demandeur (ou celle du parent) :

Adresse :

.....

.....

Activité :

Motif de la demande :

Lieu d'exercice de l'activité :

Garantie par :

Je reconnais devoir à l'AEJTD la somme de :

.....

.....

Et m'engage à rembourser l'intégralité de cette somme conformément à l'échéance mentionnée ci-après :

Montant du prêt	Montant de l'intérêt	Total intérêt	Total à rembourser	Nombre de mensualités	Montant d'une mensualité	Montant de l'épargne

Le démarrage des remboursements prendra effet leet se poursuivra jusqu'audélai de rigueur.

En cas de retard de paiement, il sera appliqué les pénalités de 100frs par jour sur le montant dû à la période concernée.

En cas de non respect des engagements susmentionnés, le comité de crédit de l'AEJTD se réserve le droit de saisir les autorités administratives en vue du remboursement des sommes dues.

Fait à Dakar, le

Annexe 4- "Programme de microfinance des NATs"

PROMINATs.....

Livret d'Epargne et de Crédits

Noms et Prénoms :

PROMINATs

Coordonnées du NAT (Enfant et Adolescent Travailleur) :

Noms :.....

Prénoms :.....

Age :.....

Organisation :.....

Plan de commerce :.....

Ville : Département :.....

Nom du (de la) Collaborateur(trice) :

.....
Signature du NAT

.....
Signature du (de la)
Coordinateur (trice)

.....
Signature
Responsable du Crédit

Cher Enfant /Adolescent

En obtenant un prêt de PROMINATs, rappelles toi que tu as choisi d'assumer les responsabilités suivantes :

- affecter la totalité du prêt à la mise en place ou à l'amélioration de ton commerce
- payer entièrement le prêt en huit versements bimensuels plus l'intérêt défini tout le long du règlement
- payer le retard correspondant si le prêt n'est pas réglé aux dates convenues
- ouvrir un compte d'épargne personnel avec 10% du prêt accordé, à déduire au moment de la remise du financement. Chaque mois, il faut déposer dans ton compte d'épargne une somme équivalente à 2% tout en continuant de rembourser ton prêt.
- solliciter et accepter l'accompagnement d'un(e) collaborateur (trice).
- communiquer avec PROMINATs et assister aux réunions programmées.
- appuyer les activités de PROMINATs.

Je suis d'accord avec ce qui est écrit précédemment ; en conséquence, je signe cet accord.

.....
Signature du NAT

Annexe 5 : Grille d'Evaluation du Poster : "Comment réussir une Activité Génératrice de Revenus ?"

(Supplément au bulletin annuel d'informations du Mouvement Africain des Enfants et Jeunes Travailleurs (MAEJT) "Défi des EJT n°02 - 2002)

Notre Activité Génératrice de Revenus est mise en place depuis quelques temps. Nous nous sommes inspirés du Poster produit par les EJT de 18 pays d'Afrique sur les AGR. Nous avons beaucoup échangé sur les huit (8) principes qui y sont dégagés et essayé de les concrétiser au quotidien. Nous avons donc fait du chemin dans le commerce, avec ses hauts et ses bas. Arrêtons nous un instant pour savoir si notre activité marche ou ne marche pas, en nous posant la question de savoir ce que nous avons fait avec ces 8 principes.



Avons nous réussi notre AGR ?			
Question	Oui	Non	Observations
Avons-nous la volonté de travailler ?			
Est-ce que nous connaissons bien notre activité ?			
Est-ce que nous savons comment faire avec l'argent ?			
Est-ce que nous savons comment faire avec les clients ?			
Avons-nous un peu d'argent ?			
Est-ce que nous avons un bon endroit pour travailler ?			
Est-ce que nous sommes alphabétisés ?			
Avons-nous une bonne santé ?			
Conclusion			

“Aujourd'hui, beaucoup d'adultes des organisations qui soutiennent les enfants et les jeunes veulent appuyer nos initiatives par ce qu'ils accordent une grande importance à ce que nous faisons et que la lutte contre la pauvreté passe nécessairement par le renforcement de notre autonomie financière afin de réduire notre dépendance. Aussi nous avons bénéficié de l'appui technique de nos aînés du groupe qui nous ont donné des notions sur comment développer nos AGR. Le "droit à une formation pour apprendre un métier" nous donne des connaissances pratiques. Aussi, nous aimerions avoir accès au système de micro crédit afin de permettre à beaucoup d'EJT de faire des AGR.

Le document de nos amis du Pérou est très bien parce qu'il nous donne des informations sur comment améliorer nos stratégies en matière de marketing et il donne des précisions sur les étapes et des astuces simples qui permettent de bien gérer une AGR. Nous avons enrichi le document à travers notre expérience et notre réalité propre à nous. Cette combinaison fait du document un outil important pour tous ceux qui exercent déjà une activité génératrice de revenus ou qui désirent commencer une AGR. Ceux qui ne savent pas lire, peuvent interpréter les illustrations et demander des explications à leurs amis et grand frères”.

Frédéric Zongo



Enda Tiers-Monde Jeunesse Action
BP 3370 Dakar - Sénégal
Tél. : (221) 821 21 13 / 821 74 03
Fax : (221) 823 51 57
Courrier électronique : jeuda@enda.sn
Internet : <http://www.enda.sn/eja>



